

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT. Global Loyalty Indoensia

PT Global Loyalty Indonesia (PT GLI) adalah sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2011 sebagai anak perusahaan dari Global Group, sebuah perusahaan yang berbasis di Singapura yang fokus pada solusi loyalitas dan pembayaran digital. Sejak awal, PT GLI telah berkomitmen untuk menjadi pemimpin dalam industri pelayanan loyalitas di Indonesia.

Dengan fokus pada pengembangan solusi pelayanan loyalitas yang inovatif dan efektif, PT GLI bertujuan untuk membantu perusahaan-perusahaan di Indonesia meningkatkan keterlibatan pelanggan, membangun loyalitas merek, dan meningkatkan retensi pelanggan. Mereka menyediakan *platform* teknologi canggih yang dapat disesuaikan untuk program loyalitas, manajemen hadiah, dan pembayaran digital, memberikan solusi yang komprehensif bagi perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.

Salah satu tonggak penting dalam sejarah PT GLI adalah kemitraan strategis dengan Alfamart, salah satu jaringan ritel terbesar di Indonesia. Melalui kemitraan

dengan Alfamart, PT GLI mengembangkan Alfagift, sebuah *platform* yang menggabungkan penukaran poin loyalitas dengan layanan berbelanja *online* di Alfamart.

Sejarah Alfamart dalam terjun ke dunia teknologi dimulai dengan peluncuran Alfaonline, *platform* belanja *online* resmi dari Alfamart pada tahun 2014. Alfaonline diciptakan sebagai langkah strategis Alfamart untuk memperluas cakupan bisnisnya dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin cenderung melakukan pembelian secara *online*. Melalui Alfaonline, pelanggan dapat membeli berbagai macam produk yang biasanya tersedia di Alfamart dengan lebih mudah dan praktis melalui *platform* digital.

Kemudian, sebagai upaya untuk terus mengembangkan kehadiran mereka di ranah *e-commerce*, Alfamart meluncurkan Alfacart pada tahun 2017. Alfacart adalah *platform* belanja *online* yang menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan, perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan, dan masih banyak lagi. Dengan Alfacart, Alfamart memperluas jangkauan layanan mereka di ranah digital, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian dengan lebih banyak pilihan dan kenyamanan.

Kemitraan antara Alfamart dan PT Global Loyalty Indonesia (PT GLI) membawa terobosan lain dalam hal pelayanan digital dengan lahirnya Alfagift. Melalui kemitraan ini, Alfamart memperluas lagi layanan mereka dengan memungkinkan pelanggan untuk menukarkan poin loyalitas dengan berbagai hadiah melalui *platform* Alfagift. Ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi program loyalitas Alfamart, tetapi juga memberikan pengalaman belanja yang lebih beragam dan menarik bagi pelanggan.

Dengan demikian, langkah-langkah inovatif seperti peluncuran Alfaonline, Alfacart, dan Alfagift menunjukkan komitmen Alfamart untuk terus beradaptasi dengan perubahan tren belanja konsumen dan memperluas layanan mereka ke ranah digital. Dengan terus berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar,

PT Global Loyalty Indonesia terus menjadi pemimpin di industri pelayanan loyalitas di Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan perusahaan-perusahaan dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka.



Gambar 2.2 Logo Alfagift

Alfagift adalah sebuah *platform* yang dikembangkan oleh PT Global Loyalty Indonesia (PT GLI) melalui kemitraan strategis dengan Alfamart, salah satu jaringan ritel terbesar di Indonesia. *Platform* ini menyediakan berbagai layanan yang menggabungkan penukaran poin loyalitas dengan kemampuan untuk berbelanja secara *online* di Alfamart.

Sebagai bagian dari program loyalitas Alfamart, Alfagift memungkinkan pelanggan untuk menukarkan poin loyalitas yang mereka kumpulkan dengan berbagai macam hadiah. Hadiah-hadiah ini termasuk voucher belanja, voucher makan, tiket hiburan, produk elektronik, dan banyak lagi, memberikan fleksibilitas kepada pelanggan untuk memilih hadiah sesuai dengan preferensi mereka.

Selain sebagai *platform* penukaran poin, Alfagift juga berfungsi sebagai aplikasi berbelanja *online* di Alfamart. Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat menelusuri katalog produk Alfamart, memilih *item* yang diinginkan, dan melakukan pembelian dengan mudah dan aman dari kenyamanan rumah mereka sendiri.

Alfagift tidak hanya memperluas aksesibilitas terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Alfamart, tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan praktis bagi pelanggan. Dengan menggabungkan teknologi dan manfaat praktis, Alfagift menjadi solusi yang komprehensif bagi pelanggan Alfamart dan memperkuat program loyalitas mereka.

2.1.1 Visi Misi

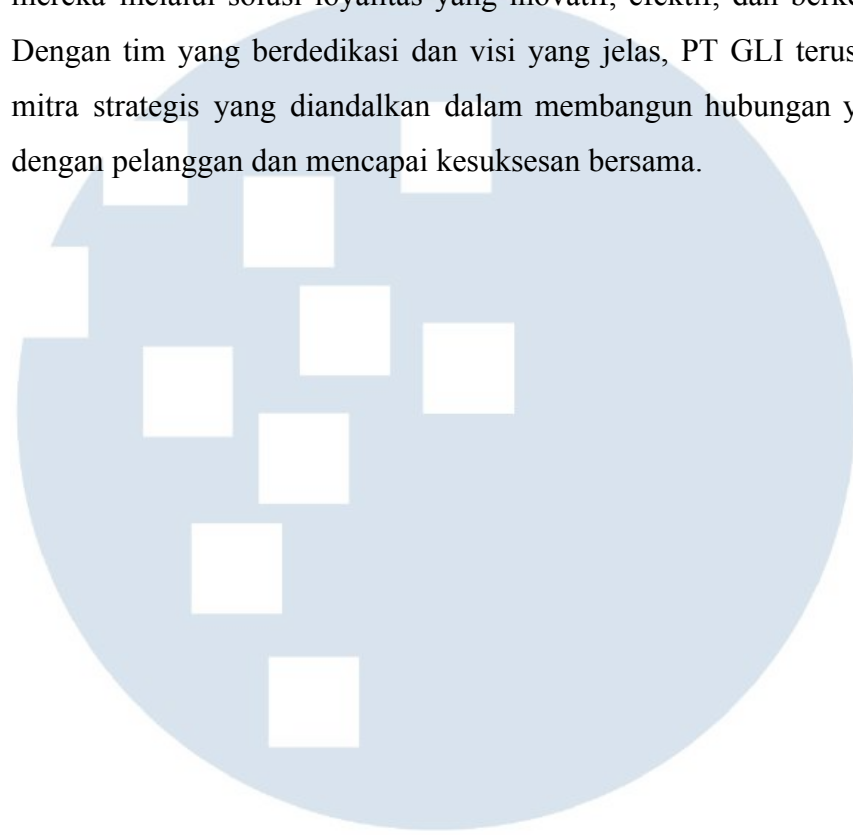
Visi:

Menjadi mitra terpercaya dan inovatif dalam membantu perusahaan membangun dan memperkuat hubungan yang langgeng dengan pelanggan melalui solusi loyalitas yang kreatif dan efektif.

Misi:

1. **Memberikan Solusi Loyalitas Unggul:** PT GLI bertekad untuk menyediakan solusi loyalitas terbaik yang membantu perusahaan meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperkuat loyalitas merek, dan meningkatkan kesetiaan pelanggan.
 2. **Pengembangan Program Loyalitas Berkelanjutan:** Melalui pendekatan yang berkelanjutan, PT GLI berkomitmen untuk mengembangkan program-program loyalitas yang relevan, inovatif, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan unik dari setiap klien.
 3. **Menjadi Pemimpin Industri:** PT GLI berusaha untuk menjadi pemimpin dalam industri loyalitas dengan fokus pada kepuasan pelanggan, inovasi yang berkesinambungan, dan penerapan praktik terbaik dalam penyediaan solusi loyalitas yang efektif.
 4. **Perluasan Layanan dan Jangkauan:** Perusahaan ini berupaya untuk terus memperluas jangkauan layanannya untuk mencapai lebih banyak perusahaan di Indonesia dan membantu mereka mencapai kesuksesan melalui strategi loyalitas yang terukur dan efektif.
- Visi dan misi PT Global Loyalty Indonesia mencerminkan komitmen perusahaan dalam membantu klien-klien mereka mencapai tujuan bisnis

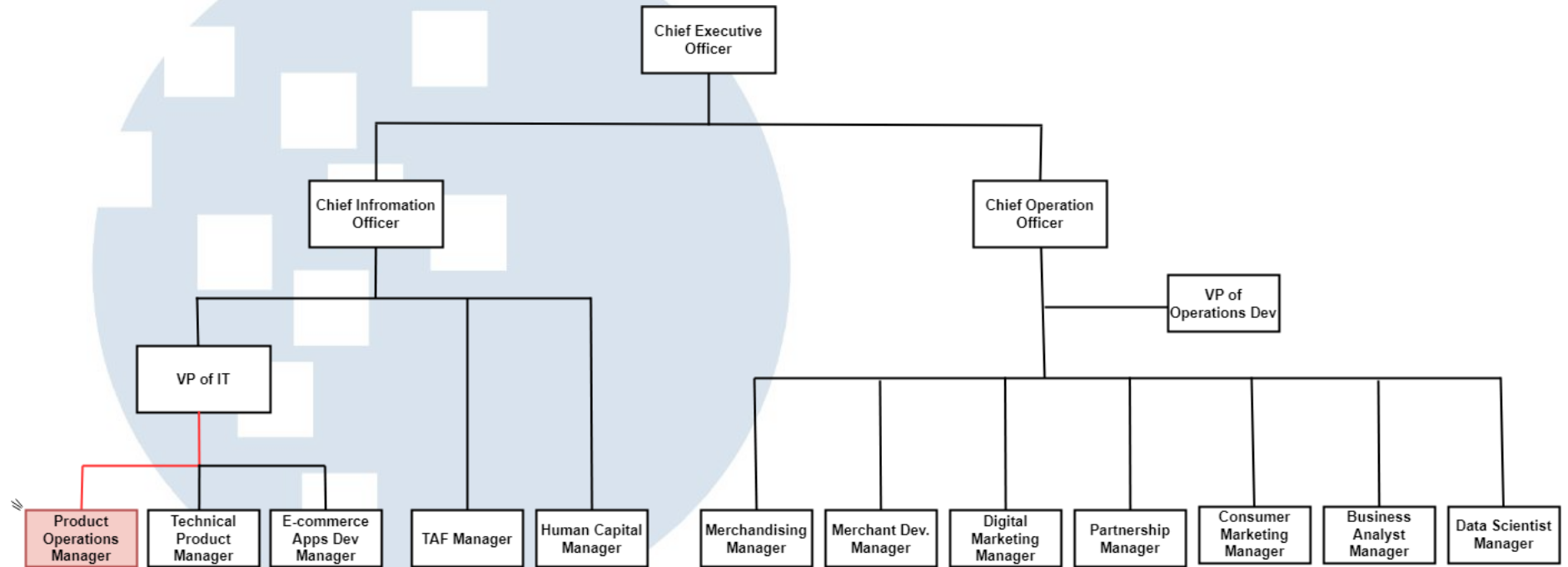
mereka melalui solusi loyalitas yang inovatif, efektif, dan berkelanjutan. Dengan tim yang berdedikasi dan visi yang jelas, PT GLI terus menjadi mitra strategis yang diandalkan dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan mencapai kesuksesan bersama.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia yang dapat dilihat pada gambar 2.3, Bapak Ryan Alfons Kaloh menjabat sebagai CEO perusahaan, yang memegang peran paling tinggi dalam hierarki organisasi. Sebagai *Chief Executive Officer*, beliau bertanggung jawab atas pengawasan seluruh divisi perusahaan untuk memastikan operasional bisnis berjalan dengan lancar. Di bawah kepemimpinan CEO, posisi CIO dipegang oleh Bapak Chandra Hermawan. Pada sisi lain, Bapak Erick Alviyendra menjabat sebagai VP of IT yang bertanggung jawab atas departemen *Mobile Developer* (Aplikasi Alfagift) dan *Technical Product* (IT internal PT Global Loyalty Indonesia).

Pada divisi *quality assurance* terdapat enam peserta magang yang tergabung di dalamnya. Selain peserta magang, divisi *Quality Assurance* juga memiliki 14 anggota tim yang bekerja penuh waktu di dalamnya. Divisi *Quality Assurance* berada di bawah pengawasan Bapak Benny Chandra, yang menjabat sebagai *Product Operation Manager*. Dalam kapasitasnya sebagai *Product Operation Manager*, beliau mengawasi tiga divisi, termasuk *Quality Assurance*, *Testing Operation*, dan *Support*.

Di divisi *Quality Assurance* (QA) PT Global Loyalty Indonesia, sistem proyek yang dijalankan melibatkan kolaborasi antara beberapa divisi. Biasanya, satu tim proyek terdiri dari 2 hingga 4 orang per divisi, yang berasal dari berbagai bagian dalam perusahaan. Kolaborasi lintas divisi dalam sebuah tim proyek memungkinkan untuk penggabungan berbagai keahlian dan perspektif, yang dapat meningkatkan kreativitas, inovasi, dan efisiensi dalam menyelesaikan proyek. Dengan demikian, di divisi QA, anggota tim bekerja bersama dengan anggota dari divisi lain, seperti pengembang aplikasi (*Mobile Developer*), pengelola produk teknis (*Technical Product*), dan departemen pendukung (*Support*) untuk menyelesaikan proyek dengan tujuan memastikan kualitas produk dan layanan yang tinggi. Hal ini juga memungkinkan untuk memastikan bahwa aspek kualitas dipertimbangkan dan diuji dari berbagai sudut pandang sepanjang siklus pengembangan produk atau layanan.